

Convaincre pour gagner : l'obligation du DSI



En bref

Convaincre les bons candidats de rejoindre son entreprise. Convaincre sa direction générale que, oui, l'informatique peut être une nouvelle source de business pour le groupe. Convaincre des avantages du collaboratif. Convaincre de la pertinence d'un pari technologique. Convaincre pour gagner car rien n'est gagné d'avance : tel est le destin du DSI. Tel est celui de chaque DSI présenté dans ce numéro de CIO.Focus.

Sommaire

Management

« C'est aux DSI et aux RH de convaincre les candidats »

Stratégie

Eric Alix (CDO La Poste) : « nous développons la valeur du capital data dans un cadre éthique fort »

Business

Jean-Michel Mougeolle (Mikit, Sharinpix) : « avec quelques précautions, il est souvent aisé de progicialiser des développements internes »

Projets

Issy-les-Moulineaux passe à l'hyperconvergence

« C'est aux DSI et aux RH de convaincre les candidats »



Fabrice Coudray, directeur chez Robert Half, veut rendre la DSI attractive

Les DSI ont du mal à recruter et sont coupées des DRH. Le mal est ancien. Aujourd'hui, elles doivent s'emparer du sujet pour devenir attirantes.

Une vraie rengaine. Les DSI n'arrivent pas à recruter, c'était vrai dans les années 2 000 et bien avant, c'est encore plus vrai aujourd'hui. Les DRH ne leur sont d'aucun secours, elles qui ne comprennent rien aux demande des DSI, l'intitulé d'un poste informatique les rend toujours aussi perplexes. La transformation digitale ne change rien à l'affaire. Pour dégoter de nouvelles compétences, attirer les jeunes, rivaliser avec les nouveaux concurrents, les DSI semblent désarmés en matière de RH et distants de leurs collègues DRH. Les choses peuvent changer. Dans plusieurs entreprises, font remarquer Patricia Cabot et Caroline Tampigny du cabinet SPsearch, des DSI ont leur propre structure RH de recrutement.

De mémoire de DSI, ça n'a jamais été le grand amour avec les DRH. L'inverse est vrai ! Les DRH n'ont jamais vraiment compris les demandes des DSI, qui parlent de manière complexe de sujets et de profils également complexes et gardaient un goût prononcé pour les châteaux forts. Les DRH n'étant pas les seuls à observer ces étranges DSI, réputés coûter chers, avec pourtant des bataillons de sous-traitants tout aussi onéreux et des projets qu'on leur accordait volontiers à la direction générale, faute là aussi d'en comprendre les tenants et les aboutissants.

Ces temps sont révolus. Les DSI doivent s'ouvrir dans un monde complexe et très évolutif où recruter et garder les bons profils n'a plus la même signification que par le passé. De nouveaux DSI entrent en scène, et ce n'est pas une question de génération remarque Fabrice Coudray, directeur chez Robert Half, il y a les DSI qui s'adaptent et ceux qui ne savent pas. C'est ce critère qui détermine les recrutements de DSI et inversement les évictions pour ceux qui ne suivent pas le mouvement.

Le paradoxe des recrutements IT

Le DSI d'aujourd'hui ne regarde plus ses RH avec le même oeil. Il sait que le marché du travail dans son secteur vit un paradoxe, avec un chômage encore élevé, même si les cadres sont proches du plein emploi et des difficultés pour recruter en particulier certains profils très spécialisés. Difficultés récurrentes quand on se trouve en région dans des PME ou des ETI, le paradoxe paraît alors logique, mais les mêmes difficultés et les mêmes étonnements de ne pas pouvoir recruter se retrouvent à La Défense, dans des grands groupes, des pure player du web, d'autres PME ou ETI.

Ces difficultés à recruter existaient hier, mais aujourd'hui la DSI a changé. « Ce n'est ni celle d'hier, ni celle de demain, toute la différence est là » note Fabrice Coudray. « On a vu des directeurs du digital s'opposer aux DSI, qui ne voulaient rien changer, tout ceci est stupide, ce type de conflit ne peut perdurer. Avant, le DSI imposait sa vision et ses budgets, nul n'intervenait dans son domaine, maintenant il va devoir changer et avoir une autre attitude, sinon il sera remplacé ». Ceux qui ont changé sont très recherchés et savent comment, à leur tour, rechercher les bons profils.

Pour Patricia Cabot et Caroline Tampigny du cabinet SPsearch, c'est maintenant aux DSI et aux DRH de convaincre les candidats. Et plus l'inverse. Là est le vrai changement. Les candidats rêvent, de start-ups, de travail en collaboration, d'innovation, de projets d'équipes. Les grands groupes français les font moins rêver, le CDI est certes toujours attirant mais en balance, l'esprit start-up est important.

L'exemple de Cisco

Les candidats le trouvent plus facilement dans des entreprises étrangères, ou évidemment dans ces start-ups. Certains grands groupes réagissent en créant leurs propres start-ups ou centres d'innovation interne. Cisco a par exemple sorti sa division collaboratif de son siège social pour la mettre à quelques kilomètres et rendre aux collaborateurs concernés plus d'autonomie et d'esprit créatif. Les grands groupes savent qu'ils inhibent leurs collaborateurs.

La pression est évidemment aussi sur les salariés, particulièrement les salariés français. On demande beaucoup aux nouveaux profils, d'être bilingue anglais par exemple en plus de leurs critères techniques, mais aussi de savoir manager ou s'ouvrir. Recruter des développeurs est une chose, faire émerger parmi eux un manager devient également compliqué, en faire un jour un directeur technique avec une vision et le charisme nécessaire pour insuffler des changements à toute l'entreprise, et la doter d'un esprit de veille, reste épineux. « On a d'excellents développeurs, mais tous ne sont pas forcément pédagogiques et des âmes de leaders ». On a un mal de chien à marier le management et les compétences techniques.

Quant à l'anglais... tous nos interlocuteurs déplorent l'écart entre le bon niveau technique de candidats Bac+5 et leur absence de pratique courante de l'anglais. Rédhibitoire. D'autant plus que les groupes s'internationalisent, même les PME et ETI, qu'il faut intégrer des filiales rachetées à l'étranger avec des systèmes différents, ou bien devenir depuis la France un centre de support ou de compétences mondiales. Bref les français, dans les disciplines techniques, semblent très en retard sur le sujet.

Pas assez de filières

Autre déficit, celui des formations. Dans l'enseignement de base, où l'informatique et le numérique sont insuffisamment présents. Les DSI ont de ce fait du mal à recruter. L'enseignement supérieur offre de bonnes filières, mais sont-elles en nombre suffisant ? « Il nous faudrait 10 autres TelecomParis Tech », lance Caroline Tampigny.

Les DSI sont à la peine sur plusieurs types de compétences à recruter. Tout ce qui est software ou sécurité vient en premier. Des DSI mettent parfois des mois avant de recruter. Et quand leur DRH s'en occupe, le temps d'attente est supérieur ! Mais les grands groupes mettent le temps et les moyens qu'il faut, les PME et ETI ont plus de difficultés, que ce soit sur des profils techniques ou des profils commerciaux et technico-commerciaux. Un cabinet nous cite le cas de RSSI qui recrutent des spécialistes en sécurité et s'aperçoivent qu'il faut leur proposer un salaire supérieur, voire nettement supérieur au leur, tellement le marché est tendu.

Et le bonheur n'est pas en région. Un cabinet nous cite une jeune entreprise partie à Rambouillet, pas trop loin de Paris pour le calme et la verdure et ne sachant plus comment recruter, les profils techniques préférant la capitale intra-muros ou la proche banlieue. La question géographique est cruciale.

Des SI vieillissants

Les DSI ont également « sur les bras » des effectifs parfois jugés problématiques. Faut-il s'en séparer ? Oui, si les collaborateurs sont restés sur de vieilles technologies, des systèmes obsolètes, des vieux serveurs en sous-sol. Les entreprises ne sont pas toujours staffées sur toute les technologies, donc laissent vieillir des parties de leur SI, parfois elles en laissent partir des pans entiers, ont beaucoup sous-traité leurs activités sans veiller à entretenir leurs compétences.

Les DSI se retrouvent, comme par le passé, assez démunis ou assez seuls. Les réseaux sociaux, les job Boards ne concurrencent pas vraiment les cabinets de recrutements. Les DSI doivent là aussi changer d'attitude, rendre leur entreprise et leur direction plus attrayante. « Il faut développer la marque employeur » souligne Fabrice Coudray. « C'est maintenant aux DSI, ou alors aux DSI et aux RH de convaincre les candidats » notent les dirigeantes de SP Search. Et donc pas l'inverse. « Les jeunes développeurs, veulent une attractivité différente, souligne Fabrice Coudray, des services associés, des salaires évidemment, mais aussi un management motivant, un patron qui entraîne, une entreprise est un lieu de vie où on passe l'essentiel de sa vie, les DSI doivent aussi y réfléchir, ce qu'ils n'ont jamais fait !»



Didier Barathon

Rédacteur en chef de Réseaux & Télécoms

Eric Alix (CDO La Poste) : « nous développons la valeur du capital data dans un cadre éthique fort »



Eric Alix, Chief Data Officer de La Poste depuis juin 2015, présente les initiatives du groupe pour que les Français maîtrisent leurs données personnelles.

Eric Alix, Chief Data Officer du groupe La Poste, pilote la mise en oeuvre de la Charte Data. L'objectif n'est pas qu'éthique : la confiance est une valeur business majeure pour l'entreprise, un avantage concurrentiel dont elle peut se targuer dans un monde très incertain.

CIO : En tant que CDO, comment êtes vous positionné dans le groupe La Poste ?

Eric Alix : Je suis CDO du groupe. Mon rôle est donc de développer la valeur du capital data de La Poste dans un cadre éthique fort. Il s'agit de créer de la valeur par des nouveaux services mais aussi d'améliorer des services existants.

Je suis rattaché à la branche digitale du groupe, qui comprend notamment Docapost. Cette branche est en charge des canaux digitaux (notamment les sites web) mais aussi de la transformation numérique globale du groupe. Mon rattachement est lié à ce dernier point.

CIO : Comment travaillez-vous avec la CIL ?

Eric Alix : La correspondante informatique et liberté, Marie-Noelle Gibbon, est même totalement une DPO (Data Protection Officer) au sens du récent règlement européen. Elle est le point de contact pour toute personne se posant des questions sur ses données personnelles ainsi que pour nos relations avec la CNIL.

En interne, son rôle est d'informer et de conseiller sur la protection des données

personnelles. Pour reprendre son expression, le CDO est l'architecte des initiatives data et le DPO le bureau de contrôle qui conseille, autorise et contrôle la conformité réglementaire.

La Charte Data est un travail commun. Si je serai l'architecte du plan d'action associé à la charte, elle sera son contrôleur. Nous rapportons ensemble à une émanation du conseil d'administration.

CIO : Les bonnes pratiques sont souvent définies en entreprises mais rarement avec une telle formalisation et plus discrètement. Pourquoi avoir créé une telle charte et communiqué autour d'elle ?

Eric Alix : Il s'agit de répondre à une véritable demande des Français. Lorsque nous avons réalisé une enquête il y a quelques temps, deux tiers des Français attendaient des services personnalisés mais seulement un tiers acceptait de céder des données personnelles aux entreprises, pourtant nécessaires. Il s'agit donc de résoudre ce paradoxe en mettant en oeuvre un traitement responsable des données avec transparence et pédagogie.

En fait, il s'agit de redonner le contrôle aux clients sur leurs propres données personnelles. C'est d'ailleurs une tendance forte dans l'ensemble du marché. Toujours dans la même enquête, si l'entreprise prend des engagements en matière de sécurité et de conformité aux bonnes pratiques, deux tiers des Français étaient là d'accord pour confier des données personnelles aux entreprises.

La Poste est un opérateur de confiance des échanges. Le groupe se devait donc de montrer la voie de façon très transparente et pas seulement en interne.

CIO : En quoi est-ce à ce point important pour vous ?

Eric Alix : La réglementation européenne est particulièrement rigoureuse mais nous prenons des engagements au delà. Et c'est une démarche qui est appelée à être révisée régulièrement dans une optique d'amélioration continue. La Poste veut être exemplaire. Pas seulement pour la forme. C'est aussi un avantage concurrentiel.

CIO : Mais de quel type de données disposez-vous ?

Eric Alix : La Banque Postale est une banque et dispose de toutes les informations sur ses clients dont disposent également les autres banques. Mais le métier historique de La Poste repose lui aussi sur les données. Elles sont au coeur de notre activité.

Par exemple, nous disposons des données de distribution des colis (expéditeur, destinataire, chemin suivi...). Nous commençons à gérer des préférences de livraison, par exemple le bureau (avec son adresse mais aussi du coup le nom de l'entreprise). De la même façon, le service de prise de colis à domicile, appelé à se développer avec l'accroissement de l'économie collaborative, implique de gérer des cas individuels.

Nous proposons également un hub numérique pour gérer les objets connectés du domicile. Mais celui-ci va être amené à échanger également avec l'extérieur, par exemple Facteo, le smartphone des facteurs. Notre filiale Docapost gère des coffres-fortes électroniques, avec des données de santé comme celles des pharmacies.

CIO : En communiquant sur la Charte Data, vous avez mentionné un amendement au serment des postiers. De quoi s'agit-il ? Pourquoi un tel amendement était-il nécessaire alors que nous ne parlons, finalement, que d'un classique secret professionnel ?

Eric Alix : Tous les postiers ne sont pas assermentés (au sens légal du terme) mais de plus en plus le sont, y compris dans les fonctions support. Par contre, par principe, tous les facteurs le sont, au départ pour protéger le secret des correspondances physiques. Ce serment a donc été adapté aujourd'hui au monde numérique en plus du monde physique. Son texte avait besoin d'être amendé pour cela.
Les data scientists de La Poste, par exemple, vont être amenés à prêter ce serment.

CIO : Avec le lancement de la Charte Data, vous avez indiqué vouloir prendre des initiatives. De quoi s'agit-il et qui va être concerné ?

Eric Alix : Tous nos clients, entreprises comme particuliers, sont concernés ainsi que tous nos partenaires. Notre démarche est de longue haleine, dans une logique d'amélioration continue, et nous allons donc procéder étape par étape mais avec une trajectoire clairement vertueuse. Notre démarche est bien au delà des seules exigences réglementaires.

En septembre, nous allons ouvrir un site web pour expliquer ce que sont les datas au sein du groupe La Poste en donnant à chacun la possibilité de nous interpellier sur ce sujet. En janvier, nous allons lancer une application pour permettre à chacun de reprendre la main sur ses données.

Nous avons aussi des engagements en matière d'ouverture, d'open-data. Et nous allons continuer de développer nos hackatons et l'incubation de projets numériques.

Sur le même sujet

12 Mai 2016 : [La Poste veut offrir à ses clients la maîtrise de leurs données personnelles.](#)



Bertrand Lemaire
Rédacteur en chef de CIO

Jean-Michel Mougeolle (Mikit, Sharinpix) : « avec quelques précautions, il est souvent aisé de progicialiser des développements internes »



Jean-Michel Mougeolle, DSI de Mikit, est devenu patron de Sharinpix, une entreprise créée pour commercialiser un développement interne.

Mikit a créé pour ses propres besoins un workflow de photographies en SaaS sur base Salesforce aujourd'hui progicialisé et vendu à l'extérieur. Jean-Michel Mougeolle, DSI de Mikit et aujourd'hui patron de Sharinpix, explique comment il a tiré un profit du développement d'un outil interne. Ou comment tirer un profit d'un coût initial.

CIO : Quelle est l'activité de Mikit ?

Jean-Michel Mougeolle : Créée il y a plus de trente ans, Mikit construit des maisons individuelles traditionnelles en « prêt à finir ». Elles sont livrées gros oeuvre achevé, « hors d'eau, hors d'air ». Ensuite, l'acheteur utilise des modules livrés par Mikit pour terminer lui-même sa maison, des kits (isolation, plomberie, électricité...) s'assemblant aisément sans qu'il soit nécessaire d'être très bricoleur. Au final, l'acquéreur économise environ 30% de la facture par rapport à une maison ordinaire.

CIO : Comment se caractérise le système d'information de Mikit ?

Jean-Michel Mougeolle : Nous sommes presque entièrement dans le cloud public. Nous utilisons notamment Office365 et Salesforce. Nous avons monté divers développements sur Salesforce pour l'utiliser comme un véritable PGI orienté gestion

de processus, y compris la gestion des factures, les appels de fonds, etc. Seule la comptabilité pure utilise aujourd'hui un logiciel hébergé sur un cloud privé, en l'occurrence Sage.

Cet outil étant satisfaisant, la migration dans le cloud n'est pas prioritaire. Mais il existe divers modules comptables de PGI sous Salesforce comme Numm, Kenandy, Financial Force... Il n'est pas dit que nous ne migrerons pas un jour vers l'un d'eux.

CIO : Quel était le manque que vous vouliez combler ?

Jean-Michel Mougeolle : Il nous manquait des outils pour gérer les travaux en mobilité, quand le conducteur de chantier était sur le site d'une maison en construction. Or, dans ce genre de cas, la dimension photographique est très importante pour attester d'un écart entre une attente et un réalisé. C'était la première étape.

Au delà du suivi de chantier au quotidien, nous voulions aussi que la même application puisse être utilisée comme assurer un reporting au patron d'agence franchisée. Dans notre besoin initial, nous voulions un cahier de contrôle électronique.

Et puis nous nous sommes dit que la mise en place d'une gestion photographique pourrait aussi bénéficier au client final. En effet, celui-ci raffole de la prise de photos au fil du chantier. Donc, l'idée dès le départ d'utiliser la même base, par pur opportunisme, pour l'outil dédié au client final. Notre objectif était bien de rassurer encore le client et de le rendre encore plus ambassadeur de la marque.

CIO : Mais comment êtes-vous passé d'un besoin interne à un progiciel ?

Jean-Michel Mougeolle : Je suis un ancien patron technique de start-up. Ma logique classique est donc celle du progiciel : toujours pouvoir réutiliser au maximum la plus grande partie possible du code écrit.

Beaucoup de DSI visent la réduction des coûts directs immédiats. Ce n'est pas une bonne idée. Il est souvent plus pertinent de prévoir dès le départ que chaque brique soit réutilisable et conçue pour l'être dès le départ. Le surcoût existe mais, en général, il est faible. Dans le cas contraire, ce n'est simplement pas pertinent.

CIO : Concrètement, qu'avez-vous développé ?

Jean-Michel Mougeolle : Le produit a été livré pour l'usage interne à l'été 2014. Il a été développé en Ruby-on-rail sur la plate-forme Heroku (compatible aussi avec PHP, Java...). C'est une surcouche d'Amazon Web Service qui dispense de penser à la montée en charge : la plate-forme est totalement abstraite.

CIO : Quand vous êtes vous dit qu'il y avait une opportunité business liée à ce petit développement interne ?

Jean-Michel Mougeolle : En tant que président du club utilisateur Salesforce et expert sur la plate-forme, j'ai présenté plusieurs fois notre réalisation intégrée à Salesforce. A chaque fois, des représentants de plusieurs secteurs se sont révélés intéressés. Mes réflexes d'ancien éditeur de logiciels sont revenus en surface.

La base de développement était générique mais il manquait des fonctionnalités. Durant l'été 2014, nous avons mené une réflexion autour du produit, de ses usages possibles au delà de ce qui a été fait et qui pouvait correspondre à une demande. Nous avons ainsi analysé les fonctionnalités manquantes, le coût de leur développement et fait une rapide étude d'opportunité d'une progicisation en regardant les attentes du marché.

CIO : L'étude semble avoir été positive... Comment avez-vous procédé ensuite ?

Jean-Michel Mougeolle : Nous avons discuté avec Spoon Copnsulting qui avait réalisé le développement. Et j'ai également discuté avec le PDG de Mikit puisque le code appartenait à Mikit. Je leur ai proposé de créer une entité du groupe Mikit pour se lancer avec un faible coût pour la création d'une V1 du produit.

Etre en Saas et hébergé dans le cloud facilite grandement les choses puisqu'il n'est pas nécessaire de se retrouver enfoui dans le cambouis. Du coup, on a le temps de songer à ce genre de choses... Et l'enthousiasme a été général autour de ce projet. C'était en effet une diversification opportuniste basée sur des savoir-faire internes.

Dans l'entité que nous avons créée, Mikit s'occupe de la gestion administrative, du marketing et de la finance ; Spoon du développement et moi de l'expérience utilisateurs, de la DSI et des relations avec l'écosystème et notamment les DSI. Notre modèle est un abonnement à raison de 2 euros/utilisateur au mois.

CIO : Quel a été le calendrier des opérations ?

Jean-Michel Mougeolle : Fin 2014, nous avons réfléchi sur le besoin. Début 2015, j'avais les accords de tous les protagonistes. En mars 2015, nous avons créé la société. Nos premiers clients en phase bêta nous ont rejoint en juin 2015. Début 2016, nous avons atteint les 2000 utilisateurs pour dépasser actuellement les 3000 alors que nous ne sommes sur le store officiel de Salesforce que depuis fin Mars.

CIO : Mis à part les précautions technique au cours du développement, quelles bonnes pratiques avez-vous isolées ?

Jean-Michel Mougeolle : Tout d'abord, il faut bien comprendre les problèmes des pairs en échangeant régulièrement avec eux, dans le cadre d'un réseau professionnel. Ensuite, il faut bien sûr avoir la capacité de transformer une idée en produit qui rencontre un marché, pas avec une vision technologique mais bien une vision solution, une réponse à un besoin au juste prix.

Les DSI savent faire faire. Ils savent cadrer un projet. Donc ils savent faire ce genre de progicisation. Il faut commencer par la phase de réflexion, valider ce qui a été fait avec un démonstrateur qui prouve la pertinence de l'idée et enfin passer à la commercialisation dans un but lucratif.

CIO : Outre les développements vraiment trop spécifiques à une entreprise, quelles sont les limites au modèle ?

Jean-Michel Mougeolle : Si le développement est conçu de bout en bout d'un bloc, il sera difficile à progiciser. Il faut plutôt penser à enchaîner des briques, parfois généralistes, avec des entrées et des sorties bien claires.

Vous pouvez gérer des fonctions « feuille » qui vont surcoucher le système. Et il y aura de belles opportunités si cette « feuille » est sans concurrent parce que casse-pied à développer dans chaque société.

CIO : Etes-vous toujours DSI de Mikit en plus de patron de Sharinpix ?

Jean-Michel Mougeolle : Aujourd'hui, je suis presque totalement chez Sharinpix mais je reste le « DSI stratégique de Mikit ». La partie opérationnelle de ma fonction a été basculée progressivement à un nouveau collaborateur.

Il est clair qu'il faut avoir un management qui accepte ce genre de choses.



Bertrand Lemaire
Rédacteur en chef de CIO

Issy-les-Moulineaux passe à l'hyperconvergence



Thierry Lefebvre, Maire adjoint d'Issy-les-Moulineaux a fait le choix de l'hyperconvergence

Peu de collectivités locales sont aussi innovantes qu'Issy-les-Moulineaux qui opte sur l'hyperconvergence de SimpliVity pour son infrastructure UCS.

La ville d'Issy-les-Moulineaux opte pour l'hyperconvergence, un choix de plus en plus prisé par les DSI, mais encore rare dans les collectivités locales. Cette ville est à la pointe des technologies, que ce soit en termes de services à la population ou d'infrastructures, en étant client historique de Cisco pour la ToIP et UCS (Unified Computing System). Désormais, Issy-les-Moulineaux franchit une étape supplémentaire en adoptant la technologie d'hyperconvergence de SimpliVity, nommée OmniStack.

Décidé en avril 2015, ce choix a entraîné une migration, achevée au mois de novembre dernier. La solution SimpliVity, explique la mairie gère plus de 150 Tera de serveurs virtuels, avec 6 OmniStacks répartis sur deux sites. Cette solution concerne l'ensemble de l'infrastructure de la ville, entièrement virtualisée (avec Cisco UCS), que ce soit la sauvegarde, le stockage, la gestion des applications critiques ou le PRA. Au passage, cette solution assure la protection des données personnelles des citoyens, en conformité avec la réglementation de la CNIL, ce qui est cruciale pour la ville, souligne Thierry Lefebvre, Maire adjoint délégué à la ville numérique.

La déduplication à la source

Sur un plan technologique, SimpliVity apporte plusieurs avantages témoigne la ville. La simplicité d'administration et le gain de temps mais aussi des fonctions précises. Comme la déduplication à la source (qui consiste à éliminer les données redondantes), permettant à certains serveurs de prendre jusqu'à dix fois moins d'espace. Le gain de temps permet de créer un serveur virtuel en moins de deux minutes. Enfin, la rapidité de sauvegarde réduit l'opération de 2 ou 3 heures à une dizaine de minutes. Une

sauvegarde totale prend entre 5 et 15 minutes et peut se faire quotidiennement.

La ville d'Issy-les-Moulineaux a effectué un choix structurant, celui de SimpliVity partenaire de Cisco, elle a une longue habitude de l'innovation pour assurer de meilleurs services à la population ou gérer ses propres services et infrastructures. Le maire, André Santini en poste depuis 1980, a donné l'impulsion. La ville a souvent opté pour l'externalisation et recourt à de grands partenaires technologiques. Deux choix détonants dans le secteur public en France. Les technologies ont eu aussi pour but d'attirer et d'accompagner de grandes entreprises. Le quartier d'affaires Val-de-Seine compte 350 000 mètres carrés de bureaux.



Didier Barathon

Rédacteur en chef de Réseaux & Télécoms

Pour toute demande concernant CIO.focus :

contact-cio@it-news-info.com

Une publication de IT NEWS INFO : 40 bd Henri Sellier 92150 Suresnes

Rédacteur en chef : Bertrand Lemaire, blemaire@it-news-info.com

Tél. : 01 41 97 62 10

Principaux associés : Adthink Media et International Data Group Inc.

Président : Bertrand Gros

Directeur de publication : Bertrand Gros

Directeur général : Jean Royné

Président du groupe Adthink Media : Sylvain Morel

CIO est édité par IT NEWS INFO, SAS au capital de 3000000 €

Siret : 500034574 00029 RCS Nanterre

